

**PENERAPAN *VARIABLE COSTING* DALAM MENDUKUNG  
*STRATEGIC COST MANAGEMENT* UNTUK  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENERIMA ATAU  
MENOLAK PESANAN KHUSUS  
(STUDI KASUS DI PT "X")**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN AKUNTANSI**



**MILIK  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH :**

**ANIFAH POPINAWATI  
No. Pokok : 049811930 E**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2003**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN *VARIABLE COSTING* DALAM MENDUKUNG  
*STRATEGIC COST MANAGEMENT* UNTUK PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN MENERIMA ATAU MENOLAK PESANAN KHUSUS  
(STUDI KASUS DI PT “X”)**

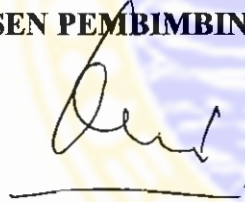
**DIAJUKAN OLEH**

**ANIFAH POPINAWATI**

**No. Pokok : 049811930 – E**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

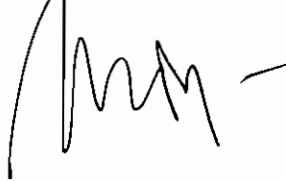
**DOSEN PEMBIMBING,**



**Dra. ELIA MUSTIKASARI, M.Si, Ak**

**TANGGAL** 21/8/03 .....

**KETUA PROGRAM STUDI,**



**Drs. M. SUYUNUS, MAFIS, Ak**

**TANGGAL** 1/09/03 .....



Surabaya, 24/7/03.

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

**Dosen Pembimbing**



**Dra. ELIA MUSTIKASARI, M.Si, Ak**

## ABSTRAKSI

Untuk menghadapi persaingan yang semakin tajam, perusahaan harus cermat dalam menerapkan strategi untuk mengantisipasi dan menghadapi situasi tersebut. Salah satu strategi dalam membangun keunggulan bersaing adalah penetapan harga jual produk yang kompetitif. Kebijakan penetapan harga jual produk yang kompetitif diambil dengan mempertimbangkan harga pasar, kualitas dan harga pokok produk itu sendiri.

Salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan harga jual adalah metode penghitungan harga pokok produk, karena metode tersebut sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan jangka pendek. Informasi yang diharapkan untuk menunjang hal tersebut adalah informasi biaya yang mencerminkan perilaku dari biaya tersebut.

PT"X" adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pestisida. Perusahaan ini menggunakan metode *full costing* dalam penghitungan harga pokok produknya, yang bertolak belakang dari perilaku biaya, sehingga informasi mengenai perilaku biaya kurang tersedia dalam membantu manajemen untuk pengambilan keputusan jangka pendek.

Dalam penelitian ini, pendekatan yang akan dilakukan adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan studi kasus, sedangkan tujuannya adalah menganalisis penerapan metode *variable costing* dalam mendukung *strategic cost management* untuk perhitungan harga pokok produk. Untuk tujuan tersebut *strategic cost management* memberikan suatu kerangka berpikir dalam menempatkan analisis biaya dalam konteks yang lebih luas, dimana didalamnya melibatkan elemen-elemen strategik. Hal ini mengandung arti bahwa data-data biaya digunakan untuk mengembangkan suatu strategi yang lebih baik.

Untuk pengambilan keputusan jangka pendek, khususnya dalam memutuskan untuk menerima atau menolak pesanan khusus, informasi yang dihasilkan oleh metode *variable costing* dapat mengubah keputusan yang telah dibuat oleh manajemen dari menolak pesanan khusus bila menggunakan metode *full costing*. Ini disebabkan karena harga pokok per ton *carbofuran* dihitung dengan menggunakan metode *variable costing* lebih kecil bila dibandingkan dengan menggunakan metode *full costing*.

Perusahaan sebaiknya menolak pesanan khusus yang berkesinambungan karena meskipun dari sisi *financial* menguntungkan tetapi dilihat dari analisis strategik belum tentu menguntungkan karena menimbulkan dampak negatif terhadap kepercayaan pelanggan reguler dan terciptanya pesaing baru yang berasal dirinya sendiri.

**Keywords :** *Variable costing*, Harga pokok produk, *Strategic cost management*.